



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2010

---

## **"Corporate Responsibility" in der globalen Modeindustrie : Soziale und ökologische Standards für einen fairen Handel**

Starmanns, M

**Abstract:** Unter dem Schlagwort "Corporate Responsibility" verlangen Marken- und Handelsunternehmen von ihren Produzenten in Niedriglohnländern die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards. Derartige Auflagen sind jedoch umstritten. Grund für die Skepsis sind zum Teil enorme Unterschiede zwischen den Standards und bei deren Umsetzung. Der Beitrag zeigt, wie Standards differenziert werden können und wo die Grenzen privater Regulierung liegen.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-44453>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Starmanns, M (2010). "Corporate Responsibility" in der globalen Modeindustrie : Soziale und ökologische Standards für einen fairen Handel. *Geographische Rundschau*, 62(4):26-33.

# „Corporate Responsibility“ in der Modeindustrie

Soziale und ökologische Standards für einen fairen Handel

Unter dem Schlagwort „Corporate Responsibility“ verlangen Marken- und Handelsunternehmen von ihren Produzenten in Niedriglohnländern die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards. Derartige Auflagen sind jedoch umstritten. Grund für die Skepsis sind zum Teil enorme Unterschiede zwischen den Standards und bei deren Umsetzung. Der Beitrag zeigt, wie Standards differenziert werden können und wo die Grenzen privater Regulierung liegen.

**F**ast jedes T-Shirt, Hemd und fast jede Hose, die wir in Europa kaufen, wurde aus Kostengründen in einem Entwicklungs- oder Schwellenland hergestellt (vgl. Tab. 1). Insgesamt sind in diesen Ländern viele Mio. Arbeitsplätze entstanden. Mit der Auslagerung der Produktion von Konsumgütern in Niedriglohnländer werden auch negative Auswirkungen auf die Menschen und die Umwelt verschoben, welche die staatliche Regulierung nur unzureichend beseitigen kann (BUND et al. 2008,

S. 483 ff). Beispiele aus Bangladesch und Indien verdeutlichen dies.

In Bangladesch demonstrierten im Jahre 2006 Arbeiterinnen, Arbeiter und Gewerkschaften aus der Bekleidungsindustrie für eine Erhöhung des staatlichen Mindestlohns von monatlich 930 Taka (rund 13 €) auf mindestens 3 000 Taka. Die Industrie kritisierte, dass jeder Lohn über 1 200 Taka zur Abwanderung der meisten Aufträge in andere Länder und zum Zusammenbruch der Industrie führen würde. Nach mehreren Monaten der Verhandlungen wurde der

Lohn auf 1 662 Taka erhöht. Heute verlangen Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs), dass ein so genannter existenzsichernder Mindestlohn bei rund 9 500 Taka liegen müsse (vgl. Merk 2009).

Im Textilcluster Tirupur in Südindien wurden durch staatliche Industrieförderung seit Ende der 1980er Jahre rund eine halbe Mio. Arbeitsplätze geschaffen. Jährlich exportiert die Region Bekleidung im Wert von über 1,5 Mrd. € (vgl. Kizhisseri und John 2006). Die meisten der über 750 Färbereien und Bleichereien leiten ihre Abwässer un-

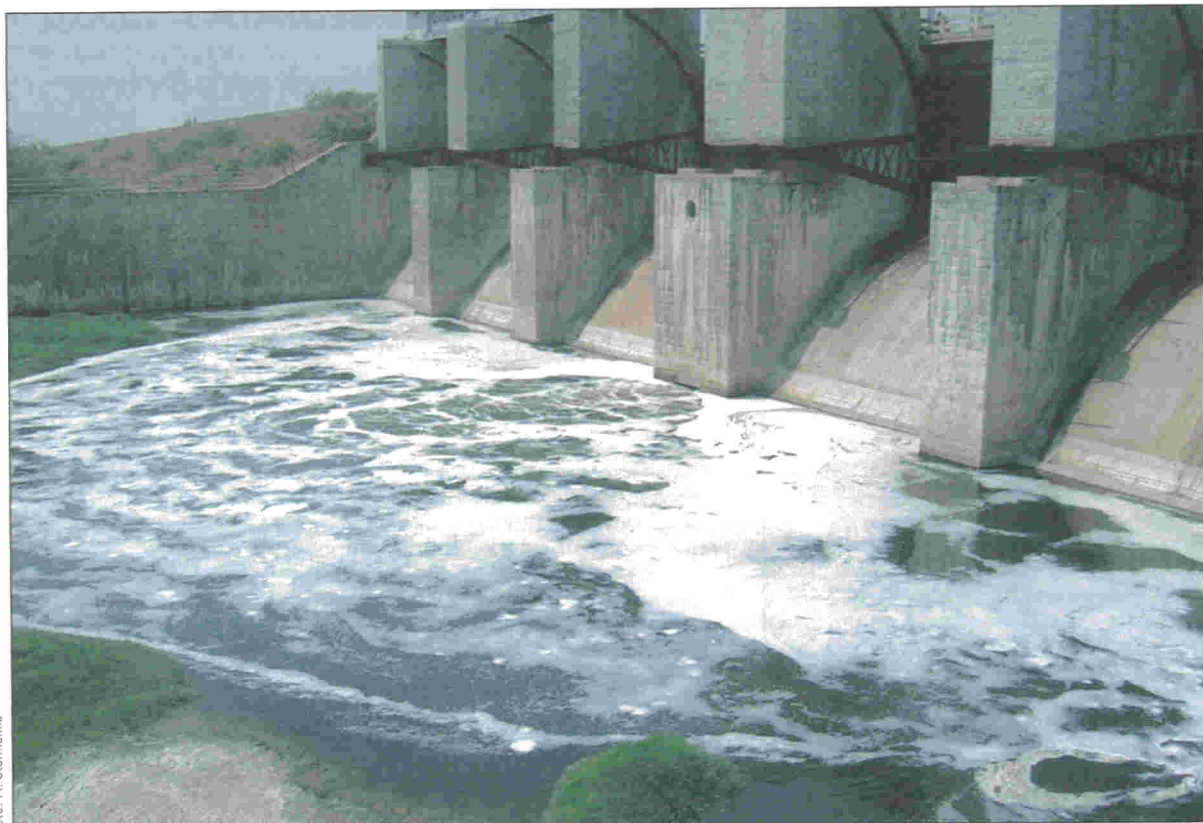


Foto: M. Starmanns

Foto 1: Wasserverschmutzung durch Textilindustrie bei Tirupur (Südindien)



zureichend oder überhaupt nicht geklärt in den Fluss Noyyal, der die Stadt durchfließt und bis 2005 20 km flussabwärts vom Orathupallam Staudamm (vgl. Foto 1) zu Bewässerungszwecken aufgestaute wurde. Wegen der Wasserverschmutzung brachen die Ernteträger der Bauern in der Region ein. Sie reichten Klage am Madras High Court ein und im Jahre 2005 urteilte das Gericht, dass das Flussbett sowie das Reservoir gereinigt werden sollten. Zudem sollte die Industrie Kompensationszahlungen an die Bauern leisten. Doch bis Ende 2009 hatte die Industrie nur einen kleinen Teil dieser Zahlungen geleistet, so dass der Supreme Court of India 2009 ein neues Urteil fällte, und die Industrie zu einer Strafe von rund 8 Mio. € verurteilte.

Zentrale Gründe für die mangelnde Verantwortungsübernahme der lokalen Produzenten in beiden Beispielen sind staatliche Regulierungslücken im Bereich der Umwelt- und Sozialstandards (vgl. Strange 1996), die oft eine Folge des globalen Wettbewerbs sind.

### Trend zur privaten Regulierung

Als Gegenbewegung zu den staatlichen Regulierungsdefiziten im globalen Handel lassen sich drei Trends beobachten:

- Kategorien wie Ethik und Verantwortung spielen eine zunehmend wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung von Konsumenten in Europa und Nordamerika (vgl. Clarke et al. 2007). Gemäß einer Studie des Hamburger Trendbüros (2009) interessieren sich 90% der deutschen Konsumenten für den so genannten ethischen Konsum. Dieser wird verstanden als „Konsumentenverhalten, bei dem die Konsumenten Wert auf ökologische und soziale Kriterien legen ... und eine nachhaltige Wirtschaft unterstützen wollen“ (Trendbüro 2009, S. 24).
- Zivilgesellschaftliche Organisationen und soziale Bewegungen fordern Unternehmen über öffentlichkeitswirksame Kampagnen auf, Verantwortung für

die negativen Auswirkungen global ausgelagerter Produktion zu übernehmen. Für die Reputation von Unternehmen stellt dies ein Risiko dar, insbesondere wenn sie nicht rasch genug auf die Forderungen der NGOs reagieren (vgl. Blowfield und Murray 2008).

- Immer mehr Unternehmen versuchen ihre Produkte unter Bedingungen zu produzieren, die als ökologisch und/oder fair angesehen werden, auch weil sich hierdurch neue Marktchancen für sie ergeben. Dies geschieht oft über so genannte private Standards, die von nicht-staatlichen Akteuren festgelegt und kontrolliert werden (vgl. Vogel 2008).

Das Phänomen der privaten, freiwilligen Verantwortungsübernahme durch Unternehmen findet seinen Ursprung in den Schriften Adam Smiths, hat aber kürzlich eine Renaissance unter Schlagworten wie *Corporate Responsibility*, *Ethical Trade* oder *Fair Trade* erfahren (vgl. Economist 2004; Smith und Barrientos 2005; Crane et al. 2008). Diese drei Trends zeigen, dass die private Regulierung durch soziale und ökologische Standards eine zunehmend wichtige Rolle im globalen Handel spielt.

### Negative Aspekte der Textil- und Bekleidungsproduktion

Die Herstellung von Bekleidung aus Baumwolle kann grob in drei Schritte gegliedert werden, bei denen in der öffentlichen Debatte u.a. folgende negative Auswirkungen kritisiert werden: Zunächst wird in der Faserproduktion die Baumwolle angebaut und entkernt. Hierbei sind u.a. der hohe Wasserverbrauch und Pestizideinsatz, die Verwendung genveränderter Baumwolle, Verstöße gegen Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO) und die geringe Wertschöpfung der Baumwollbauern durch den niedrigen Weltmarktpreis für Baumwolle im Zentrum der Kritik. Der niedrige Weltmarktpreis trifft Baumwollbauern in Afrika beson-

Tab. 1: EU-25-Handel mit den 10 wichtigsten Handelspartnern in der Textilindustrie\* (in Mio. €)

	Einfuhren in Mio. € (2005)
China	22,903
Türkei	11,157
Indien	5,591
Rumänien	4,068
Bangladesch	3,715
Tunesien	2,697
Marokko	2,398
Pakistan	2,256
Hong Kong	1,819
Schweiz	1,506
Summe	58,110

Quelle: Eurostat 2006

\*In dieser Statistik umfasst die Definition von Textilindustrie: Spinnstoffe, Garne, Gewebe und Bekleidung.

ders stark, die weder von einer Lobby gestützt noch vom Staat subventioniert werden (vgl. Baffes 2005).

In der Textilproduktion wird die Baumwolle gesponnen, gestrickt bzw. gewebt und veredelt (gebleicht, gefärbt, bedruckt etc.) (vgl. Foto 2). Das Material wechselt in der Regel mindestens dreimal den Besitzer und den Ort der Verarbeitung, teilweise über Ländergrenzen hinweg. Kritisiert werden hier wiederum beispielsweise der hohe Wasserverbrauch, die starke Wasserverschmutzung und der immense Energieverbrauch.

In der Konfektionierung werden schließlich die Stoffe zugeschnitten und mit weiteren Zutaten wie Fäden, Reißverschlüssen oder Knöpfen zu einem fertigen Bekleidungsstück genäht (vgl. Foto 3). Dieses wird noch gebügelt, verpackt und verschickt. In größeren Fabriken finden die einzelnen Verarbeitungsschritte unter einem Dach statt, wobei Einzelschritte teilweise auch in andere Produktionsstätten ausgelagert werden. Das arbeitsaufwändige Annähen von Pailletten erledigen beispielsweise oft Heimarbeiter und teilweise Kinder (vgl. Stern 2007). Bei der Konfektionierung kritisieren NGOs vor allem Verstöße gegen die Kernarbeitsnormen der International Labour Organisation (ILO) und niedrige Löhne.



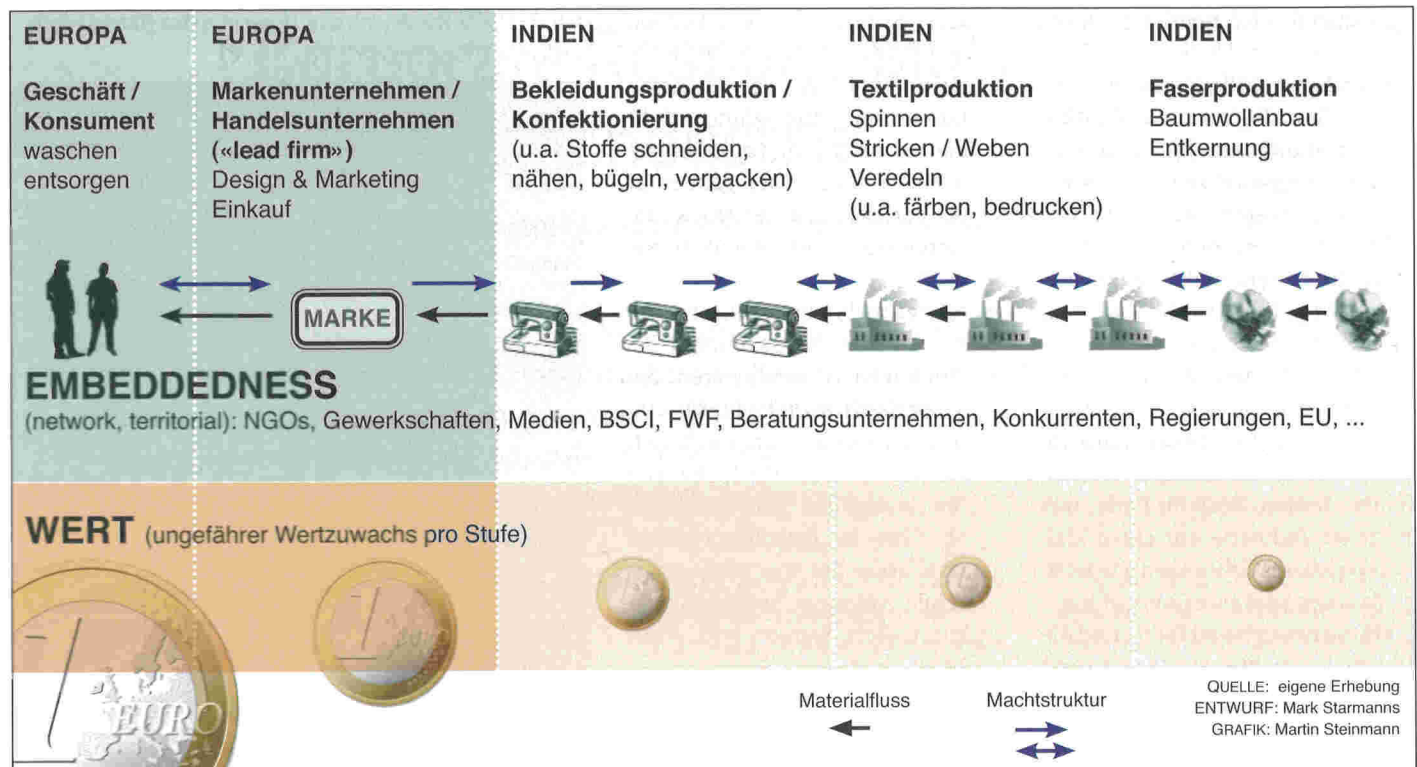


Abb. 1: Das globale Produktionsnetzwerk eines T-Shirts (BSCI: Business for Social Compliance Initiative, FWF: Fair Wear Foundation) und die drei Analysekatoren Macht (power), Einbettung (embeddedness) und Wert (value)

### Das Konzept des globalen Produktionsnetzwerks

Neben dem Nachverfolgen von Input-Output-Strukturen bieten globale Produktionsnetzwerke (GPN) drei zentrale Analysekatoren (vgl. Abb. 1; Henderson et al. 2002):

Die Kategorie „value“ (Wert) erlaubt es, die Wertschöpfung eines jeden Produktionsschrittes zu verfolgen.

In der Kategorie „power“ (Macht) werden Governance- und Machtbeziehungen im Produktionsnetzwerk analysiert, einerseits zwischen den Firmen in der Lieferkette und andererseits im Netzwerk zwischen Firmen und ihren Stakeholdern (vgl. Gibbon et al. 2008, Hughes et al. 2008). In Bekleidungsnetzwerken werden diejenigen Firmen als *lead firms* bezeichnet, die eine Definitionsmacht über ihre Lieferanten haben (vgl. Abb. 1). *Lead firms* bestimmen folgende Aspekte (Humphrey und Schmitz 2001, S.22): Was soll produziert werden? Wie soll es produziert werden? Wann soll es geliefert werden? Wie viel soll produziert werden? In der Regel handelt es sich um große Marken- oder Handelsunternehmen in Europa oder den USA, die das

Produkt entwerfen, entwickeln und vermarkten. Wie weit ihre Durchsetzungsfähigkeit gegenüber den Lieferanten jedoch tatsächlich geht, hängt letztendlich von Faktoren wie beispielsweise der Größenasymmetrie zwischen der *lead firm* und dem Lieferanten, dem Anteil der einkaufenden Firma an der Kapazität in der Fabrik, der Fähigkeit des Lieferanten, die Forderungen umzusetzen und der Struktur der Kette ab. Beklagt wird, dass Discounter und andere große Firmen mit ihrer Marktmacht die Preise für die Waren häufig nach unten drücken (vgl. Hearson 2009).

Die Kategorie „embeddedness“ (Einbettung) erklärt, dass Unternehmen in territoriale Netzwerkstrukturen eingebettet sind, welche die Strategien und Werte der Manager mit beeinflussen (Henderson et al. 2002, S.451f). Hughes et al. (2008) haben beispielsweise gezeigt, wie globale Produktionsnetzwerke und damit ihre Governance in nationale Kontexte des ethischen Konsums eingebettet sind. So verfolgen Standard-Initiativen in den USA, u.a. wegen des amerikanischen Rechtssystems und der Form des Konsumentendrucks im Land, einen sehr strikten Ansatz bei der

Implementierung von Standards. Viele brechen die Beziehungen zu einem Lieferanten ab, der nur einmal gegen ihre Standards verstößt. Im Gegensatz dazu sind die Mitgliedsfirmen der britischen „Ethical Trading Initiative“ sehr viel kulanter mit ihren Lieferanten und legen ihren Fokus auf eine Verbesserung der Situation durch Lernprozesse (vgl. Hughes et al. 2007).

### Verbindung schafft Verantwortung

Die ethisch orientierte Theorie der *political responsibility* geht davon aus, dass verschiedene Akteure aufgrund ihrer Handlungen in globalen Produktionsnetzwerken Strukturen aufrechterhalten, die Ungerechtigkeiten herstellen (vgl. Massey 2006). Aufgrund ihrer Verbindungen tragen alle Akteure in globalen Produktionsnetzwerken einen Teil der Verantwortung dafür, dass entstehende Ungerechtigkeiten verringert werden – was Iris Marion Young „shared responsibility“ nennt (vgl. Young 2006). Nach diesem Ansatz müssen z.B. Konsumenten, Marken- und Handelsunternehmen, NGOs, Gewerkschaften, Produzenten in Entwick-



lungsländern, lokale Behörden und nationale Regierungen, Arbeiter und andere am Netzwerk beteiligte Akteure ihren Teil der Verantwortung an der Verbesserung sozialer und ökologischer Bedingungen im Handel übernehmen. Gemäß Young tragen dabei jene Akteure eine größere Verantwortung, die mehr Durchsetzungsmacht im globalen Produktionsnetzwerk haben. Dabei handelt es sich oft um *lead firms*.

Allerdings sagt *political responsibility* nichts darüber aus, wie weit die Verantwortung der einzelnen Akteure genau geht. Sie geht auch nicht darauf ein, wie und mit welchen Strategien die *lead firms* ihre Verantwortung in ihren Lieferketten umsetzen sollten. Dies ist insofern problematisch, als die verschiedenen sozialen oder ökologischen Standards sehr unterschiedliche Ansprüche an die Produzenten stellen.

## Ökologische und soziale Prozessstandards

In der Bekleidungsindustrie wurden inzwischen mehr als 70 private Standards entwickelt. Diese können mit Hilfe der folgenden zwei Fragen grob differenziert werden (vgl. Tab. 2):

- Für welchen Produktionsschritt in der Kette ist der Standard gültig?
- Welche Kriterien deckt der Standard ab?

Gemäß dem Konzept der globalen Produktionsnetzwerke (GPN) entscheidet grundsätzlich die *lead firm*, nach welchen Standards ihre Ware produziert werden soll. Hierbei gibt es zwei Möglichkeiten:

Ein Produktzertifikat (z. B. „Global Organic Textile Standard“, GOTS) bezieht sich normalerweise nur auf einzelne Produkte im Angebot des Unternehmens. Das Endprodukt wird dann mit einem entsprechenden Label gekennzeichnet. Die *lead firm* sucht sich dafür die Produzenten aus, die entsprechend zertifiziert sind oder sie verlangt von ihren aktuellen Lieferanten die Zertifizierung nach dem gewünschten Standard. Übli-

cherweise bezahlt der Produzent das Zertifikat.

Im Gegensatz dazu gibt es Standards, die für alle Produkte im Firmenangebot gelten. Diese Standards entwickelt das Unternehmen selbst oder es tritt einer Standard-Initiative bei, z. B. der „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI) oder der „Fair Wear Foundation“ (FWF).

Neben der oben angedeuteten groben Differenzierung existieren maßgebliche Unterschiede zwischen den Standards selbst und in der Art und Weise, wie und von wem ein Standard bei einem Produzenten implementiert und kontrolliert wird. Im Hinblick auf private Standards besteht ein breiter Konsens darüber, dass die mit der Implementierung der Standards verbundenen Prozesse möglichst transparent ablaufen müssen und dass die betroffenen Akteure, so genannte *Stakeholder*, in den einzelnen Prozessen der Standardimplementierung beteiligt sein müssen (vgl. Dingwerth 2007, SRSG 2007, ISEAL 2009). Auf diese Weise soll eine hohe Glaubwürdigkeit und demokratische Legitimation eines Standards erreicht werden. Basierend auf eigenen Erhebungen geht der folgende Abschnitt auf die grundlegenden Unterschiede zwischen Standards bei der Textilproduktion und Konfektionierung ein (vgl. Tab. 2).

## Fallstudie Textilindustrie

Die „International Working Group on Global Organic Textile Standard“ (IWG) hat den „Global Organic Textile Standard“ (GOTS) entwickelt, um einen weltweit gültigen Standard zu schaffen, der Naturtextilien aus kontrolliert biologischem Anbau (kBA) oder kontrolliert biologischer Tierhaltung (kbT) definiert.

Der GOTS wird durch die Global Standard GmbH verwaltet, die von der IWG gegründet wurde. Er umfasst sowohl ökologische als auch soziale Kriterien und basiert auf einer vergleichenden Studie über bereits bestehende Normen. Diese enthalten Grenzwerte für die erlaubte Belastung des Abwassers

oder des fertigen Textils. Als Grundlage zur Orientierung dienten hierbei die deutsche Gefahrgutverordnung, das Lebensmittelgesetz, das Bedarfsgegenständengesetz, die Pestizidlisten von Greenpeace und vom Pestizid-Aktions-Netzwerk sowie weitere Richtlinien der EU. Man wollte mit GOTS den strengsten in der Breite noch umsetzbaren Standard entwickeln (vgl. Mattern 2009).

Die Motivation zur Entwicklung eines neuen Standards war, dass die Vielzahl der vorhandenen Standards und Label für den Verbraucher verwirrend und für die Hersteller von Bekleidung verwaltungstechnisch sehr aufwändig war. Dies hatte zur Folge, dass große Hersteller mehrmals im Jahr



Foto 2: Färben von Stoffen in Tirupur



Foto 3: Näher in einer Fabrik in Tirupur

Fotos 2 und 3: C. Höpfer



Tab. 2: Private soziale und ökologische Standards für die Bekleidungsproduktion (Auswahl)

Welche Kriterien / Welcher Standard?		Gültig für die folgenden Produktionsprozesse			
		Faserproduktion	Textilproduktion	Konfektionierung	Transport/ Endprodukt
	Ökologische Aspekte der Produktion	FLO cotton (sehr niedrig, Verstöße werden nicht geahndet), Bioverordnung EU 834/2007	GOTS, Bluesign	ISO 14001, GOTS, EU Ecolabel	„Approved by my climate“
	Arbeitsstandards / Soziale Aspekte in der Produktion	FLO cotton, SA 8000	GOTS, Bluesign, SA 8000	FWF, FLA, ETI, WRC, SA 8000, WRAP, BSCI, GOTS	SA 8000, GOTS
	Fairness im Handel	FLO cotton			

nach unterschiedlichen Anforderungen zertifiziert wurden.

Beim GOTS werden Zertifizierer durch die Global Standard GmbH akkreditiert. Sie können dann in den Unternehmen Kontrollen durchführen (vgl. Textbox). In der Regel unterhalten sie Büros in den Herstellungsregionen, sodass lokale Mitarbeiter die Audits durchführen. Nach einem Audit erhält der Betrieb einen Inspektionsbericht mit einer Liste notwendiger Korrekturmaßnahmen. Sobald diese umgesetzt wurden, findet eine Evaluierung statt, die mit einer Zertifizierung abschließt, sofern alle Auflagen erfüllt sind. Die Kontrolle der Unternehmen wird jährlich wiederholt. Während des Jahres sind dem Zertifizierer auch unangemeldete Kontrollen erlaubt. Bei gravierenden Verstößen wird das Zertifikat sofort ungültig. Qualität und Glaubwürdigkeit dieser Kontrollen hängen vom Selbstverständnis und der Gewissenhaftigkeit des Zertifizierers ab. Erfahrene Unternehmen wissen genau, welcher Zertifizierer genauer hinschaut und welcher besonders großzügig prüft. Die Hersteller betonen aber auch, dass es ihnen eine Hilfe sei, wenn ein erfahrener Auditor mit kritischem Blick durch die Produktion ginge (vgl. Mattern 2009).

Je nach Größe und Art der Produktionsstätte dauert ein Audit zwei Tage und kostet ca. 3000 €. Hinzu kommen die Reisekosten der Auditoren, die Personalkosten der Produktionsstätte für die Bearbeitung der Audits sowie die

zum Teil erheblichen Kosten für die Korrekturmaßnahmen, die Zahlung von Versicherungen und Mindestlöhnen, die Vergütung von Überstunden oder die Unterhaltung der Kläranlagen (vgl. Mattern 2009). Diese Kosten werden in der Regel vom Produzenten getragen. Inzwischen haben über 2000 Betriebe weltweit diese Zertifizierung durchlaufen.

### Fallstudie Konfektionierung

In der Konfektionierung liegt der Fokus auf den sozialen Aspekten. Die „Fair Wear Foundation“ (FWF) und die „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI) sind Standard-Initiativen, bei denen *lead firms* und neuerdings auch Lieferanten Mitglieder werden können.

Mitglieder beider Initiativen erkennen die Regeln der jeweiligen Initiative an. Diese legen vor allem fest, wie die Initiative organisiert ist, welche sozialen Standards jedes Mitglied bei seinen Lieferanten implementieren muss und wie die Einhaltung der Standards überprüft wird. Desweiteren zahlt jedes Mitglied eine Mitgliedsgebühr und muss die Strukturen im Unternehmen nach Vorgabe der Regeln der Initiativen umstellen (vgl. [www.bsci-eu.org](http://www.bsci-eu.org), [www.fairwear.org](http://www.fairwear.org)). Die Gebühr ist vom Umsatz abhängig und beginnt bei ca. 3000 € pro Mitglied. Hinzu kommen Kosten für die Umstellung im eigenen Unternehmen und gegebenenfalls für Audits bzw. Fortbildungen.

Hier enden jedoch die Gemeinsamkeiten an dieser Stelle.

Die FWF ist eine *Multi-Stakeholder Initiative*. Sie wurde gemeinsam von Unternehmensverbänden und zivilgesellschaftlichen Organisationen, die sich für die Rechte von Arbeitern einsetzen, 1999 in Amsterdam gegründet. Im Vorstand werden heute alle Entscheidungen mit dem gleichen Stimmanteil von Repräsentanten der Unternehmensseite und Arbeiterseite getroffen. Die BSCI hingegen wurde 2003 von der „Foreign Trade Association“ (FTA) in Brüssel gegründet, einem Unternehmensverband, der sich primär für die Liberalisierung des Handels einsetzt. Beteiligt waren große FTA-Mitglieder, wie Metro, Otto und Migros. Alle Entscheidungen in der BSCI werden von Unternehmensvertretern getroffen.

Die formal festgelegten Standards beider Initiativen unterscheiden sich vor allem darin, dass Lieferanten von BSCI-Mitgliedern den staatlich festgelegten Mindestlohn zahlen müssen (ab 1662 Tk in Bangladesch), wohingegen die FWF die Zahlung eines existenzsichernden Lohns fordert. Dieser ist oft mindestens doppelt so hoch wie der staatliche Mindestlohn. Darüber hinaus verpflichten sich FWF-Mitglieder, ein Management-System für die Implementierung der Standards aufzubauen. Dazu gehört ein konkret definierter Arbeitsplan zur Implementierung der Standards, der u. a. die Konfektionsbetriebe samt Audit-



Terminen und Trainings benennt. Dieser Plan wird der FWF vorgelegt, die bei einem Audit in der Mitgliedsfirma überprüft, ob die Einkaufspolitik des Mitglieds dem Lieferanten die Implementierung der Standards überhaupt ermöglicht. Die Ergebnisse des Audits werden jährlich veröffentlicht. BSCI-Mitglieder sollen eine *social policy* einführen, die jedoch nicht näher definiert wird.

Bei der „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI) kontrollieren externe, bei der *Multi-Stakeholder Initiative* „Social Accountability International“ (SAI) akkreditierte Auditoren die Einhaltung der Standards. Hingegen müssen Mitgliederunternehmen der „Fair Wear Foundation“ (FWF) eigene Audits durchführen, deren Korrektheit lokale Audit-Teams der FWF stichprobenartig verifizieren.

Ein Fabrik-Audit dauert bei beiden Initiativen (BSCI und FWF) rund zwei bis drei Tage. Es findet eine Fabrikbesichtigung statt, Dokumente werden überprüft und Arbeiter interviewt. Die BSCI Auditoren führen Interviews nur in der Fabrik durch, wohingegen die FWF Auditoren auch außerhalb der Fabriken mit Arbeitern sprechen. Die FWF bietet den Arbeitern ferner einen Beschwerdemechanismus an, welchen sie direkt nutzen können. Bei beiden Initiativen werden die detaillierten Ergebnisse der Fabrik-Audits nicht veröffentlicht. Die „Clean Clothes Campaign“ (CCC) kann jedoch als FWF-Vorstandsmitglied die Audit-Resultate der Mitglieder einsehen.

Schließlich betonen beide Initiativen, dass sie mit lokalen Organisationen in den Produktionsländern kooperieren. Die BSCI initiiert runde Tische, um Probleme mit verschiedenen *Stakeholdern* im Land zu diskutieren. Die FWF hingegen baut so genannte Partnernetzwerke in den Produktionsländern auf, welche vor allem aus lokalen NGOs und Gewerkschaften bestehen, die die FWF beraten.

Eine *lead firm* kann sich entscheiden, ob sie Mitglied in der BSCI oder in der FWF sein möchte und welche ihrer Produkte nach

dem „Global Organic Textile Standard“ (GOTS) zertifiziert werden sollen. Ferner gibt es die Möglichkeit, einen anderen der über 70 Standards in der Bekleidungsindustrie zu implementieren oder einen neuen, eigenen Standard zu entwickeln. Wofür sich eine *lead firm* entscheidet, hängt sehr stark von ihrer Einbettung in nationale Kontexte ab. Dabei spielen die folgenden drei Akteure eine maßgebliche Rolle.

### **Einfluss von NGOs**

Einige NGOs üben direkten, öffentlichkeitswirksamen Druck auf *lead firms* in der Bekleidungsindustrie aus. Eine prominente Stellung kommt in Europa der „Clean Clothes Campaign“ (CCC) zu, die zum Ziel die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der globalen Bekleidungsindustrie hat. Die CCC ist ein loses Netzwerk, das NGOs in zwölf europäischen Ländern und 200 weitere Organisationen in Produktionsländern miteinander verbindet. In Amsterdam besteht ein internationales Büro und jedes nationale Büro verfolgt für sich eine etwas andere Strategie. Die Organisationen in den Produktionsländern stehen im Kontakt zu den Arbeitskräften und erstellen Analysen der Arbeitssituation in den Fabriken. Als so genannte *Watchdogs* melden die nationalen Büros der CCC in Europa den Unternehmen im eigenen Land, wenn ihre Lieferanten gegen Kernarbeitsnormen der International Labour Organisation (ILO) verstoßen. Sie koordinieren Protestaktionen gegen Unternehmen, in die sie Konsumenten involvieren. Ferner werden Kampagnen durchgeführt, die auf bestimmte Unternehmen oder Themen konzentriert sind.

Die Kampagne für Saubere Kleidung in Deutschland kritisierte von 2007 bis 2009 vor allem die Discounter Lidl, Aldi und KiK und im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen die Hersteller Puma und Adidas. All diese Unternehmen haben auf den Druck reagiert, jedoch mit sehr unterschiedlichen Maßnahmen. Lidl und Aldi sind Mitglied in der BSCI, KiK hat sei-

nen Sozialstandard angepasst und Puma und Adidas sind Mitglieder einer Multi-Stakeholder-Initiative.

Die Schweizer CCC hat zwischen 2004 und 2009 vier Firmenrankings durchgeführt. Diese führten u.a. dazu, dass einige Unternehmen Mitglied in der FWF wurden oder sich die Mitgliedschaft überlegen. Die meisten der beteiligten Schweizer Unternehmen geben an, dass der Druck durch NGOs einen durchaus wichtigen Einfluss auf ihre Entscheidung habe. Dabei wählen Unternehmen mit umfangreichen Produktionsnetzwerken und einem breiten Produktsortiment eher die Mitgliedschaft in der BSCI als in der von der CCC empfohlenen FWF, weil letztere in der Implementierung aufwändiger ist.

### **Einfluss der Konsumenten**

Als LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) wird ein Lebensstil einer bestimmten Konsumenten-Gruppe bezeichnet, dessen Mitglieder bereit sind, mehr Geld für sozial und ökologisch hergestellte oder fair gehandelte Produkte

## **TEXTBOX**

### **Ablauf einer Zertifizierung nach dem Global Organic Textiles Standard (GOTS)**

Bei einer Inspektion wird im Produktionsbetrieb geschaut, ob die Bioware getrennt bevorratet und verarbeitet wird, welche Farben und Textilhilfsmittel eingesetzt werden, nach welcher Methode und mit welchem Mittel die Maschinen gereinigt werden, wie das Abwasser gereinigt wird und ob die Sicherheitsvorschriften für die Produktion eingehalten werden. Zudem wird die Buchhaltung geprüft, also Rechnungen, Lieferpapiere und Warenbegleitzertifikate. Dadurch wird der Bio-Ursprung der Rohware sichergestellt. Daran schließt eine Warenflussprüfung an, wodurch die Menge der produzierten Bio-Produkte überwacht wird. Im Büro des Produzenten werden Entlohnung und Versicherungsstatus der Mitarbeiter anhand von Dokumenten kontrolliert und in Interviews mit Mitarbeitern die Einhaltung der Sozialkriterien überprüft. Bei Verdacht auf Kontamination der Ware oder Einsatz unerlaubter Chemikalien wird eine Stichprobe entnommen, die in einem unabhängigen Labor auf Rückstände getestet wird.

Quelle: [www.global-standard.org](http://www.global-standard.org), Matten 2009



Tab. 3: Trends bei ökologischen und sozialen Standards in der Bekleidungsindustrie

Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Mitglieder BSCI	20	23	43	54	88	241	402
Mitglieder FWF	k.A.	14	16	29	34	43	50
Global verkaufte Biobaumwolle (in Mrd. \$)	240 (2002)	k.A.	560	1077	1966	3200	k.A.
Weltweit verkaufte FLO zertifizierte Kleidungsstücke (in 1000)	k.A.	k.A.	688	1552	14 184	27 573	k.A.

Quellen: BSCI, FWF, Schätzungen der FLO, Textination  
k.A. = keine Daten vorhanden

zu zahlen. Zwar wird bezweifelt, dass sich LOHAS viel ökologischer verhalten als „normale“ Konsumenten, aber es wird angenommen, dass sie aufgrund ihrer Kaufkraft und ihres strategischen Konsums Einfluss auf politische Rahmenbedingungen haben könnten (vgl. Bilharz und Belz 2008). Stehr (2007) spricht in diesem Zusammenhang von einer „Moralisierung der Märkte“.

Im Bekleidungsbereich geben verschiedene Entwicklungen Hinweise auf einen Wertewandel bei den Konsumenten. Beispielsweise haben einige der größten Unternehmen (u. a. Walmart, C&A, Nike, H&M) Teile ihres Angebots auf Biobaumwolle umgestellt, und auch die Absätze von Fair Trade Baumwolle sind gestiegen (vgl. Tab. 3).

Hinsichtlich sozialer Standards nehmen viele Unternehmen den Druck durch Konsumenten schwächer wahr als den durch NGOs. Sie erklären, dass nur wenige Verbraucher direkt nach den Produktionsbedingungen fragen. Theoretisch ist also das Machtpotenzial von Konsumenten gegenüber Unternehmen in Europa noch nicht ausgeschöpft. Dennoch ändern die Firmen ihre Strategien. Insbesondere wenn sie einen hohen Markenwert haben oder unter öffentlicher Beobachtung durch NGOs stehen, treten sie Initiativen wie der BSCI oder der FWF bei. In diesen Fällen ist die Angst vor einem Reputationsverlust, beispielsweise durch das Aufdecken von Kinderarbeit, und vor den negativen Auswirkungen auf den Umsatz evident. Neuerdings legen kleine und mittlere Unternehmen, die Bio-Mode bewusst

vermarkten, mehr Wert auf soziale Standards und treten daher insbesondere der FWF bei.

### Einfluss des Staates

Auch der Staat spielt eine Rolle, wenn Unternehmen eine „Corporate Responsibility“-Strategie entwickeln oder Standards auswählen. Die Unternehmensinitiative BSCI wurde beispielsweise nicht nur von großen deutschen Unternehmen entwickelt, sondern in der Entwicklung und Umsetzung auch vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und von der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) unterstützt. Im November 2009 waren über 150 deutsche Unternehmen Mitglied in der BSCI, welche von der CCC als wenig glaubwürdig eingestuft wird. Dagegen waren nur zwei deutsche Unternehmen Mitglied in der FWF. In der Schweiz fällt das Verhältnis positiver für die *Multi-Stakeholder*-Initiative aus. Hier hat die FWF im Jahr 2007 ein Büro eröffnet – ko-finanziert vom Schweizer Staat, drei NGOs und den Mitgliedern. Von insgesamt 51 FWF-Mitgliedern (Stand: Ende 2009) kommen fünf Mitglieder aus der Schweiz. Zur gleichen Zeit hatte die BSCI 20 Schweizer Mitglieder von insgesamt 402 Mitgliedern.

Die Unterschiede zwischen der Schweiz und Deutschland liegen vor allem an der Tatsache, dass die FWF mit einem Büro in der Schweiz aktiv auf Unternehmen zugeht, ähnlich wie die in der Schweiz gegründete BSCI-Gruppe. In Deutschland hingegen versucht primär die

BSCI und nicht die FWF neue Mitglieder zu rekrutieren.

### Fazit

Sicherlich trägt jeder einzelne der über 70 privaten Standards für die Textil- und Bekleidungsindustrie zur Verbesserung der Situation der Umwelt oder der Arbeiter bei. Doch diese Beiträge variieren zum Teil erheblich. Der Text hat dargelegt, dass sich private Standards vor allem bei den festzulegenden *Codes of Conduct*, den Vorschriften zur Implementierung, sowie bei den Audits und der Unterstützung, die den Produzenten gewährleistet wird, stark unterscheiden können. Damit Standards besser vergleichbar und bewertbar sind, ist es wichtig, dass mehr Transparenz bei der Umsetzung privater Standards herrscht.

Weil private Standards von Unternehmen freiwillig adaptiert werden, wird die Wirksamkeit privater Regulierung dadurch mitbestimmt, welche Standards und Labels *lead firms* maßgeblich verwenden. Um den globalen Handel sozialer und ökologischer zu gestalten, ist es wichtig zu wissen, welche Aspekte eine *lead firm* bei der Auswahl von Standards beeinflussen.

Zunächst spielen die allgemeine Strategie des Unternehmens, die Kosten der Standardimplementierung und die persönliche ethische Überzeugung der Entscheidungsträger im Unternehmen eine Rolle. Hierzu gehört zum Beispiel die Frage, welche ethischen Werte ein Unternehmen verfolgt oder welche Gewinne (*value*) es anstrebt (gewinnmaximierend oder gewinnorientiert). Ferner haben die Manager einen Einfluss auf die Struktur des Produktionsnetzwerkes und auf die Art der Beziehung zu den Lieferanten (*governance*). Langfristige Beziehungen mit relativ wenigen Lieferanten bieten gute Voraussetzungen dafür, dass Standards ernsthaft implementiert werden können.

Der Beitrag hat die Annahmen des Konzept des globalen Produktionsnetzwerkes bestätigt, dass *lead firms* stark durch die Einbettung



(*embeddedness*) in ihr nationales Umfeld beeinflusst sind. Wichtige Einflussgruppen sind dabei der Staat, NGOs und Konsumenten. Dies heißt, dass nicht nur Unternehmen Verantwortung für den Wandel hin zu einem sozialen und ökologischen Handel übernehmen können. Vielmehr kann jede Leserin und jeder Leser über den Staat, NGOs und durch die eigenen Konsumentscheidungen aktiv Verantwortung dafür übernehmen, dass die strukturellen Bedingungen für einen sozialen und ökologischen Handel geschaffen werden. III

## LITERATUR

- Baffes, J. (2005): The cotton problem. World Bank Research Observer 20 (1), S. 109–144
- Barnett, C. und D. Land (2007): Geographies of generosity: beyond the ‚moral turn‘. Geoforum 38 (6), S. 1065–1075
- Bilharz, M. und F.-M. Belz (2008): Öko als Luxus-Trend: Rosige Zeiten für die Vermarktung „grüner“ Produkte? Marketing Review St. Gallen 28 (4), S. 6–10
- Blowfield, M. und A. Murray (2008): Corporate responsibility. A critical introduction. Oxford
- BUND, Brot für die Welt und eed (2008): Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt. Frankfurt a. M.
- Clarke, N., C. Barnett, P. Cloke und A. Malpass (2007): Globalising the consumer: Doing politics in an ethical register. Political Geography 26 (3), S. 231–249
- Crane, A.C., A. McWilliams, D. Matten, J. Moon und D.S. Siegel (Hrsg.) (2008): The Oxford handbook of corporate social responsibility. Oxford
- Dingwerth, K. (2007): The new transnationalism. Basingstoke
- Economist (2004): Corporate social responsibility. Two-faced capitalism.
- Gibbon, P., J. Bair und S. Ponte (2008): Governing global value chains: an introduction. Economy and Society 37 (3), S. 315–338
- Hearson, M. (2009): Cashing in. Giant retailers, purchasing practices, and working conditions in the garment industry. Amsterdam
- Henderson, J., P. Dicken, M. Hess, N. Coe und H.W.C. Yeung (2002): Global production networks and the analysis of economic development. Review of International Political Economy 9 (3), S. 436–464
- Hughes, A., M. Buttle und N. Wrigley (2007): Organisational geographies of corporate responsibility: a UK-US comparison of retailers' ethical trading initiatives. Journal of Economic Geography 7 (4), S. 491–513
- Hughes, A., N. Wrigley und M. Buttle (2008): Global production networks, ethical campaigning, and the embeddedness of responsible governance. Journal of Economic Geography 8 (3), S. 345–367
- Humphrey, J. und H. Schmitz (2001): Governance in global value chains. IDS Bulletin 32 (3), S. 9–19
- ISEAL (2009): ISEAL code of good practice and guidance for setting social and environmental standards. London
- Kizhisseri, L. und P. John (2006): Knitted together – Multistakeholder perspectives on economic, social and environmental issues in the Tirupur garment cluster. Utrecht/ New Delhi
- Massey, D. (2006): Space, time and political responsibility in the midst of global inequality. Erdkunde 60 (2), S. 89–95
- Merk, J. (2009): Stitching a decent wage across borders. The Asia floor wage proposal. New Delhi
- Smith, S. und S. Barrientos (2005): Fair trade and ethical trade: are there moves towards convergence? Sustainable Development 13 (3), S. 190–198
- SRS (2007): Improving the human rights performance of business through multi-stakeholder initiatives: summary report. The Hague
- Stehr, N. (2007): Die Moralisierung der Märkte. Frankfurt a.M.
- Stern (2007): Indien. Kinderarbeit für Damen-Top von Esprit. Stern, 5.7.2007
- Strange, S. (1996): The retreat of the state: The diffusion of power in the world economy. Cambridge
- Trendbüro (2009): Die Zukunft des ethischen Konsums. Hamburg
- Vogel, D. (2008): Private global business regulation. Annual Review of Political Science 11, S. 261–282
- Young, I. M. (2006): Responsibility and global justice: a social connection model. Social Philosophy & Policy 23 (1), S. 102–130

## INTERVIEW

- Mattern, N. (2009): Interview mit Nicole Mattern, Doktorandin am Otto-Suhr-Institut der FU Berlin

## SUMMARY

### Corporate Responsibility in Global Textile and Garment Production Networks

by Mark Starmanns

The article analyses how companies in Europe or the U.S. use private standards to regulate the negative effects of garment and textile production in global production networks. Three private standards initiatives are presented in detail: the „Global Organic Cotton Standard“ (GOTS), the „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI) and the „Fair Wear Foundation“ (FWF). The article argues that private standards strongly differ in their contents and in the practices used to set the standards and implement them. These differences result in varying credibility and democratic legitimacy. The article further argues that the effectiveness of private regulation in comparison with public regulation is limited through corporate choices. Those choices are very much influenced by the way of how firms are embedded in global spaces of ethical consumption.

## INTERNET-SERVICEBOX

### Clean Clothes Campaign

Webseite mit zahlreichen Informationen und Studien sowie Möglichkeiten für den Nutzer, selbst aktiv zu werden (Eng.): [www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org)

### Organic Cotton

Informationsplattform der Schweizer NGO Helvetas, der US-amerikanischen NGO Organic Exchange und der kirchlichen NGO ICCO aus den Niederlanden (Eng.): [www.organiccotton.org](http://www.organiccotton.org)

### Die Verbraucher Initiative

Webseite der Verbraucher Initiative e.V., einer Lobbygruppe für nachhaltigen Konsum mit zahlreichen Informationen zum Thema und Links zu weiteren Webseiten des Vereins (Deu.): [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org)

### Grüne Mode

Blog der Journalistin Dr. Kirsten Brodde zum Thema „grüne“ Mode mit vielen weiterführenden Links (Deut.): [www.gruenemode.de](http://www.gruenemode.de)

## AUTOR

MARK STARMANNS, geb. 1974  
Universität Zürich, Institut für Geographie,  
Winterthurer Str. 195, 8057 Zürich/SCHWEIZ  
[Mark.starmanns@geo.uzh.ch](mailto:Mark.starmanns@geo.uzh.ch)  
Arbeitsgebiete/Forschungsschwerpunkte:  
Corporate Responsibility, Soziale Standards, Globale  
Wertschöpfungsketten, Bekleidungsindustrie, Indien, Bangladesh